



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2013

---

**Stellenmarkt-Monitor 2013. Auszüge aus der Forschungsreihe  
"Stellenmarkt-Monitor Schweiz" des Soziologischen Instituts der Universität  
Zürich**

Salvisberg, A

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-86786>

Newspaper Article

Published Version

Originally published at:

Salvisberg, A. Stellenmarkt-Monitor 2013. Auszüge aus der Forschungsreihe "Stellenmarkt-Monitor Schweiz" des Soziologischen Instituts der Universität Zürich. In: NZZ-Mediadok, 2013, 1-8.



NZZ MEDIADOK

# Stellenmarkt-Monitor 2013

Auszüge aus der Forschungsreihe «Stellenmarkt-Monitor Schweiz»  
des Soziologischen Instituts der Universität Zürich





- 2 Die Unternehmen in der Schweiz suchen intensiv nach Personal. Entgegen den Krisenmeldungen aus dem Euroraum wurde in der Schweiz, was den Gesamtarbeitsmarkt anbelangt, der Einbruch infolge der Finanzkrise von 2009/2010 bereits 2011 überwunden. Seither hält sich die Personalnachfrage konstant auf hohem Niveau. Je nach Ausbildungsniveau und Beruf profitieren aber längst nicht alle Stellensuchenden im selben Mass von dieser guten Ausgangslage.

## **Grosse Nachfrage nach gut qualifizierten Arbeitskräften**

Ausschlaggebend für das grosse Stellenangebot ist die gestiegene Nachfrage nach qualifizierten Arbeitskräften. Seit 2010 konnten Stellensuchende mit einem Abschluss auf Tertiärniveau von einem stark wachsenden Personalbedarf profitieren. Damit übertrifft das Volumen ausgeschriebener Stellen in diesem Qualifikationsniveau nun sogar das Hochkonjunkturjahr 2008. Insgesamt ebenso gut entwickelte sich aber die Nachfrage nach Personen mit einer beruflichen Grundbildung. Wesentlich dazu beigetragen hat das in den letzten Jahren kontinuierlich ansteigende Stellenangebot in Tätigkeiten, die typischerweise eine Berufslehre voraussetzen, vor allem im Bau- und Ausbaugewerbe und in der Industrie.

Der in der Schweiz am häufigsten gewählte Ausbildungsweg der Berufslehre trifft also nach wie vor auf eine rege Nachfrage auf dem Stellenmarkt. Zusätzlich zur beruflichen Grundbildung wird allerdings häufig eine Weiterbildung auf Tertiärniveau erwartet. So erscheint der Stellenmarkt für qualifiziertes Personal 2013 in zwei Hälften geteilt: Etwa gleich viele Stellenangebote richten sich an Personen mit einer beruflichen Grundbildung wie an solche mit einem darüber hinausgehenden Ausbildungsabschluss, sei dies eine berufliche Weiterbildung oder ein Hochschulstudium.

## **Schrumpfender Jedermannarbeitsmarkt**

Das Angebot an Stellen, das grundsätzlich auch Stellensuchenden ohne eine nachobli-

gatorische Ausbildung offen steht, hat nicht nur in keiner Weise von der anziehenden Arbeitsmarktnachfrage der letzten Jahre profitiert, sondern ist seit 2008 kontinuierlich geschrumpft und liegt nun 30 Prozent tiefer als vor fünf Jahren. Verantwortlich für diese Entwicklung ist der Rückgang des Stellenangebots in traditionellen Tiefqualifikationsbereichen wie Gastgewerbe und Verkauf. Andererseits gibt es aber auch Anzeichen für einen Trend zu höheren Anforderungen innerhalb der einzelnen Berufsgruppen. Alles in allem ist die Stellensuche für Geringqualifizierte in den letzten Jahren deutlich schwieriger geworden.

Die im Vergleich zu 2008 leicht erhöhte Arbeitslosenquote ist denn auch die Folge eines sich verschärfenden Ungleichgewichts auf dem Arbeitsmarkt, wo trotz hoher Gesamtnachfrage Stellensuchende ohne ausreichende Qualifikationen in zunehmendem Mass aussen vor bleiben. Ein entsprechend gewichtiger Anteil der Arbeitslosen stammt denn auch aus den Berufen des Gastgewerbes und Verkaufs.

## **Intensive Personalsuche im Hochqualifikationsbereich**

Die überdurchschnittlich steigende Personalnachfrage in den ausbildungsintensiven Berufen hat in den letzten Jahren den seit längerem beobachteten Trend hin zu einem «Hochqualifikationsstellenmarkt» noch akzentuiert. Zusätzlich zu den hohen Ausbildungsanforderungen wird bei rund drei Viertel dieser Stellen darüber hinaus ja auch noch Berufserfahrung vorausgesetzt, was den potentiellen Bewerberkreis weiter einschränkt. Obwohl es weiterhin Tätigkeiten von ganz unterschiedlichem Anspruchsniveau gibt und geben wird, prägen doch ausgesprochen anspruchsvolle Positionen mehr und mehr die Arbeitswelt in der Schweiz.

Selbstverständlich machen diese hohen Anforderungen die Suche nach adäquat qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern alles andere als einfach. Ein Indiz dafür ist, dass gemäss der Betriebsbefragung des Stellenmarkt-Monitors 60 Prozent

der veröffentlichten Stellen gleichzeitig auf zwei Kanälen ausgeschrieben werden und 11 Prozent der Stellen sogar auf drei Kanälen (in der Presse, auf einem Internet-Stellenportal und auf der firmeneigenen Webseite) erscheinen. Diese Praxis der Stellenausschreibung spiegelt somit gleichzeitig den wachsenden Personalbedarf wie auch die Intensivierung der Personalsuche im höchsten Ausbildungssegment.

Stellenmarkt-Monitor Schweiz  
Alexander Salvisberg

# Entwicklung des Stellenangebots

Zwei Grössen prägen die mittelfristige Entwicklung des Stellenangebots: Einerseits variiert das Volumen ausgeschriebener Stellen mit den konjunkturellen Schwankungen, andererseits führen strukturelle Verschiebungen im Personalbedarf der Unternehmen zu einer veränderten qualitativen Zusammensetzung der Stellen. Beides ist in Abbildung 1 erkennbar.

Angelpunkt unserer Darstellung ist das Hochkonjunkturjahr 2008, wo der Index für das Stellenaufkommen in den einzelnen Ausbildungsniveaus auf 100 gesetzt ist. In den Jahren zuvor bewegten sich die drei Ausbildungsniveaus mit geringen Abweichungen parallel zur Gesamtentwicklung. Auch vom Einbruch von 2009 waren alle Ausbildungskategorien betroffen, wenn

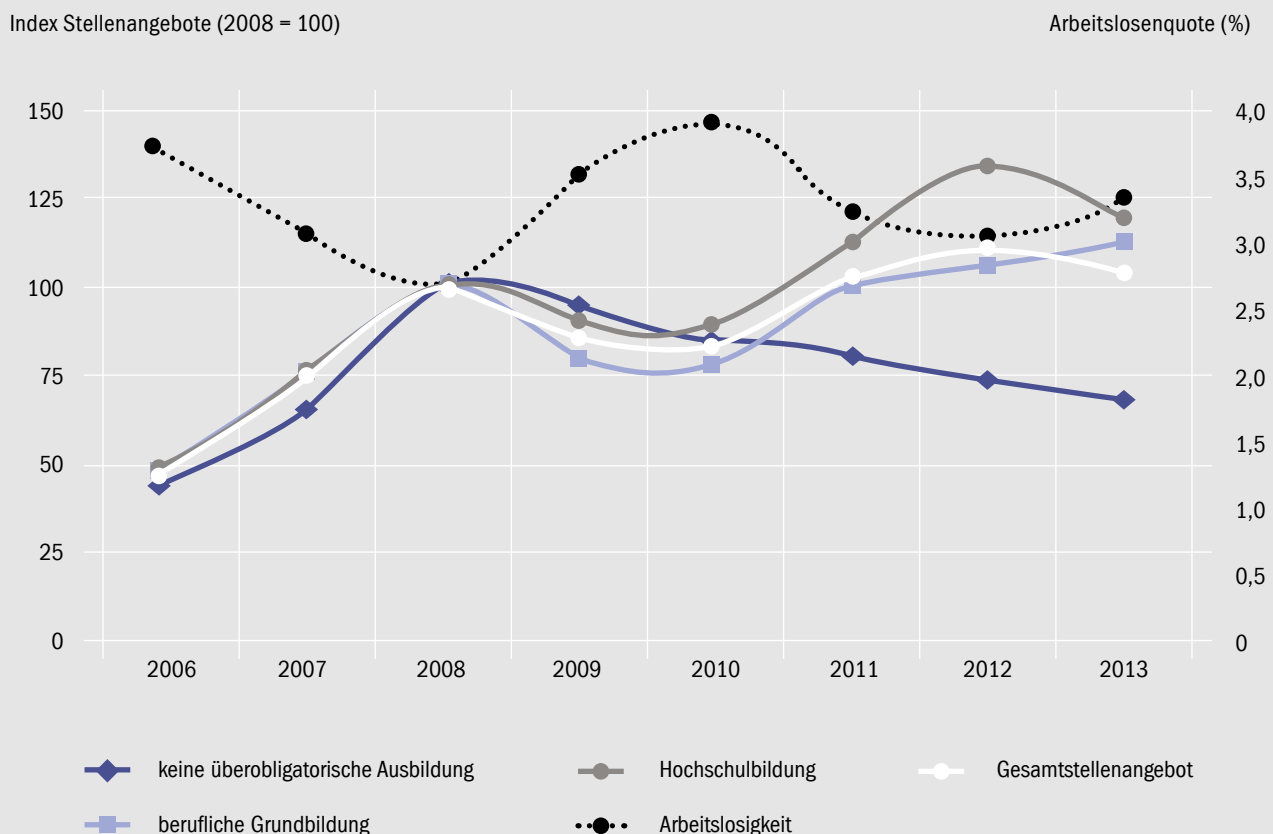
auch in unterschiedlichem Ausmass. In den folgenden Jahren entwickelten sich dann die Trends mehr und mehr auseinander. Stellenangebote, die auch Bewerbern ohne überobligatorische Ausbildung offen stehen, profitierten 2011 nicht vom allgemeinen Aufschwung und stagnierten auf tiefem Niveau. Ab 2012 ging deren Anteil nochmals deutlich zurück und liegt nun gut 30% unter dem Level von 2008. Ganz anders verliefen diese Jahre beim Stellenangebot für Leute mit beruflicher Grundbildung. Hier war der 2009er Einbruch zwar besonders stark, die Erholung nach 2010 hat diesen aber mehr als wettgemacht. Diese positive Entwicklung nochmals deutlich übertroffen hat das Angebot an offenen Stellen für Bewerber mit einer Ausbildung auf Tertiärniveau. 2013 waren

20% mehr solcher Stellen ausgeschrieben als 2008. 2012, wo insbesondere die Nachfrage nach Ingenieuren besonders hoch war, fanden sich in dieser Kategorie sogar noch mehr Stellenangebote.

Die Gesamtentwicklung zeigt, dass trotz des Einbruchs infolge der internationalen Finanzkrise das Stellenangebot 2009/10 noch deutlich höher war als 2006 und in den letzten zwei Jahren sogar mehr Stellen ausgeschrieben waren als 2008. Trotzdem zeigt die Arbeitslosigkeit einen über die Konjunkturschwankungen hinweg ansteigenden Trend. Dies kann als Anzeichen für ein wachsendes strukturelles Ungleichgewicht als Folge des rückläufigen Stellenangebots im untersten Qualifikationsniveau interpretiert werden.

3

**ABBILDUNG 1: STELLENANGEBOT NACH AUSBILDUNGSNIVEAU 2006-2013 (INDEXIERT)**



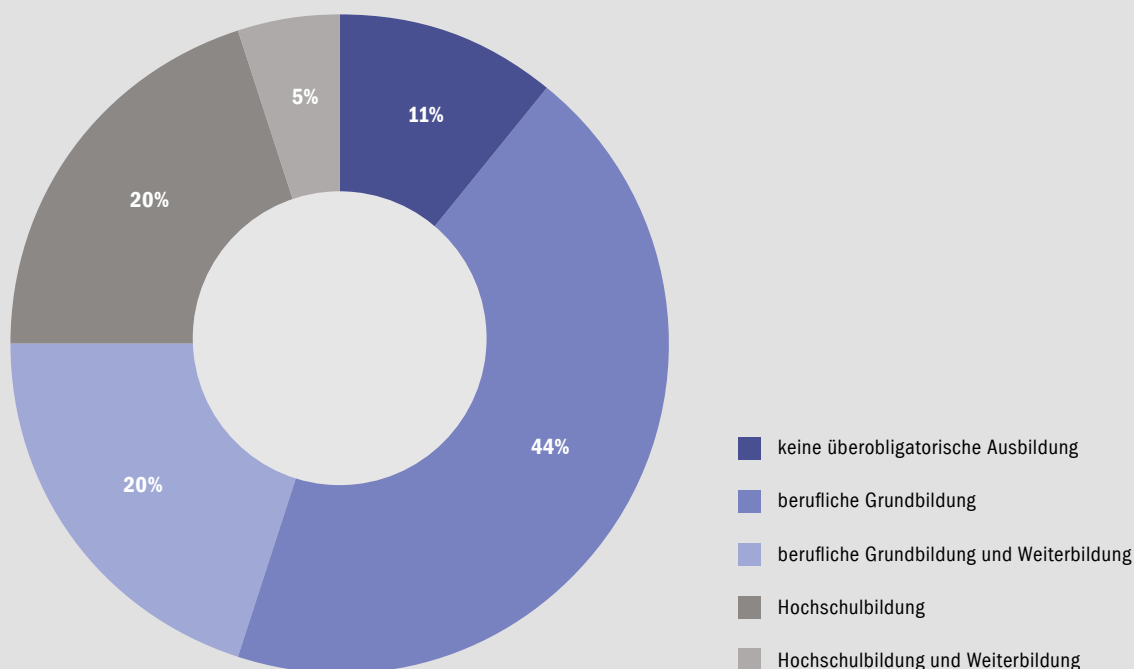
## Zusammensetzung des Stellenangebots nach Ausbildungsanforderungen

4 Nach den unterschiedlichen Trends in den einzelnen Ausbildungsniveaus betrachten wir nun das Stellenangebot im Jahr 2013 genauer. Abbildung 2 zeigt die Zusammensetzung der ausgeschriebenen Stellen nach detaillierten Ausbildungskategorien. Massgebend sind dabei die im Ausschreibungstext genannten minimalen Anforderungen. Lediglich 11% aller Stellen sind 2013 grundsätzlich auch für Stellensuchende ohne eine abgeschlossene überobligatorische Ausbildung zugänglich. Oft handelt es sich dabei um Tätigkeiten in den Bereichen Reinigung, Verkauf oder Gastgewerbe. 64% der Stellenangebote richten sich an

Personen mit einer beruflichen Grundbildung. Dieser hohe Anteil verweist auf die anhaltend grosse Bedeutung der Berufslehre in der Schweiz. Getragen wird dieser hohe Wert nicht zuletzt durch die grosse Nachfrage nach Fachkräften im Ausbaugewerbe und den industriellen Berufen. Allerdings ist die Berufslehre allein immer seltener ausreichend. Für knapp einen Drittel dieser Stellen wird zusätzlich eine Weiterbildung verlangt. Dabei handelt es sich meist um den Abschluss einer höheren Fachschule, eine Berufsprüfung mit eidgenössischem Fachausweis oder eine höhere Fach- oder Meisterprüfung. Mit 20% am gesamten

Stellenangebot umfasst dieses Segment beruflicher Tertiärausbildungen ebenso viele Stellen wie der Hochschulbereich. Eine universitäre Ausbildung oder der Abschluss einer Fachhochschule setzen 20% aller ausgeschriebenen Stellen voraus. Für 5% der Stellen wird zusätzlich ein Nachdiplomstudium oder eine Weiterbildung in einem Spezialgebiet gefordert. Insgesamt wird also für 45% aller ausgeschriebenen Stellen eine über das Sekundarniveau II hinausgehende Ausbildung erwartet. Dieser Befund unterstreicht nochmals die aktuell hohen Anforderungen auf dem schweizerischen Arbeitsmarkt.

ABBILDUNG 2: AUSBILDUNGSANFORDERUNGEN IM STELLENMARKT 2013



# Entwicklung des Stellenangebots nach Berufsgruppen

In den verschiedenen Tätigkeitsbereichen hat sich das Stellenangebot in den letzten Jahren sehr unterschiedlich entwickelt. Abbildung 3 zeigt die entsprechenden Veränderungen über die Jahre 2011–2013, wobei die Berufsgruppen nach der Gesamtveränderung über diesen Zeitraum angeordnet sind.

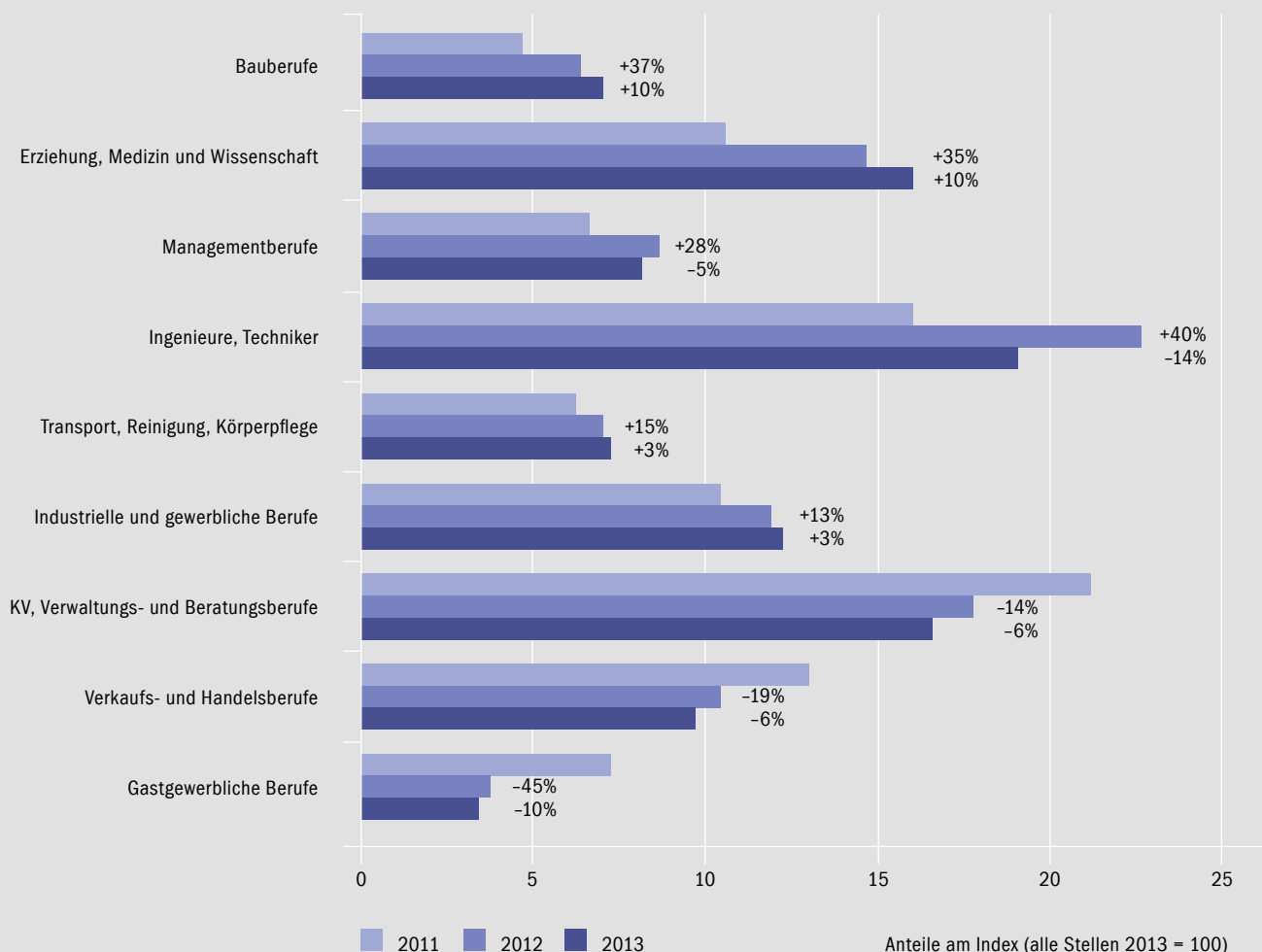
Am stärksten gewachsen ist das Angebot an Stellen in den Bauberufen, wobei hier insbesondere die Ausbauberufe (etwa Elektroinstallateure und Spengler) profitieren konnten. Doch auch im Bereich Erziehung, Medizin und Wissenschaft wurden von Jahr zu Jahr mehr Leute gesucht, vor allem Lehrpersonen

und medizinisches Pflegepersonal. In den Managementberufen (in erster Linie mittleres Kader) und bei den Stellen für Ingenieure und Techniker zeigt sich 2012 ein deutlicher Zuwachs, dem dann aber 2013 ein Rückgang folgt. Diese beiden Berufsgruppen sind denn auch für den in Abbildung 1 gezeigten jüngsten Rückgang des ausbildungsmässig besonders anspruchsvollen Stellenangebots verantwortlich. Kontinuierlich positiv war die Entwicklung in den Bereichen Transport, Reinigung und Körperpflege sowie in den industriellen und gewerblichen Berufen, wobei hier Berufe im Maschinenbau und der Elektrotechnik am meisten beigetragen haben.

Rückläufig ist die Anzahl ausgeschriebener Stellen im kaufmännischen Bereich, in den Verkaufsberufen und im Gastgewerbe. In all diesen Bereichen erfolgte die Abnahme vor allem 2012, ging aber 2013 abgeschwächt weiter. Besonders betroffen sind Stellen für kaufmännische Angestellte und im Finanzbereich, aber auch Verkaufs-, Service- und Küchenpersonal wird immer weniger gesucht. Hier gingen denn auch am meisten Stellenangebote verloren, die sich an Bewerber mit tiefem Ausbildungsniveau richten.

5

**ABBILDUNG 3: TRENDS DER BERUFSGRUPPEN (2011–2013)**



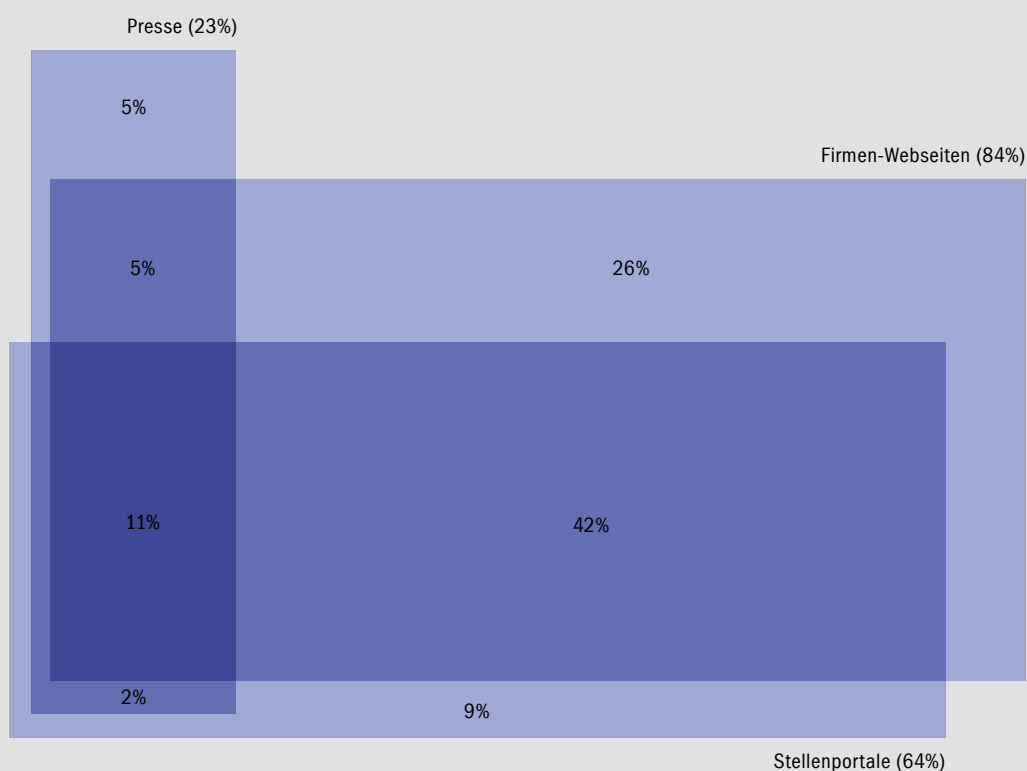
# Nutzung der Ausschreibungskanäle

6 Die Entscheidung eines Unternehmens, wo eine offene Stelle ausgeschrieben werden soll, ist heute immer auch eine Entscheidung darüber, wie die Ausschreibungsmöglichkeiten auf verschiedenen Kanälen idealerweise zu kombinieren sind. Abbildung 4 fasst die Ergebnisse der Unternehmensbefragung zur Praxis der Personalsuche des Stellenmarkt-Monitors Schweiz aus den Jahren 2012/2013 zusammen. Die Zahlen zeigen, dass rund 60% aller Stellenangebote gleichzeitig auf mehr als einem Kanal ausgeschrieben werden, rund 11% aller Stellen erscheinen sogar auf allen drei Kanälen. Dies weist auf eine grosse Suchintensität hin und spiegelt die anhaltende Schwierigkeit, für anspruchsvolle Positionen adäquat qualifizierte Mitarbeitende zu finden.

Umfangmässig seit langem der wichtigste Ausschreibungskanal ist die firmeneigene Webseite. Rund 84% aller öffentlich ausgeschrieben Stellen erscheinen (auch) hier, 26% der Stellenangebote werden sogar nur auf den Firmenseiten ausgeschrieben. Für ein Unternehmen, das bereits einen eigenen Webauftritt unterhält, ist die kostengünstige Nutzung des Internets für die Stellenausschreibung selbstverständlich, zumal dieses Medium unterdessen auch den Stellensuchenden gut bekannt ist. Wenigstens bei grösseren Unternehmen können diese davon ausgehen, auf der jeweiligen Webseite auch die aktuellen Stellenangebote zu finden. Rund 64% aller Stellen werden auf internetbasierten Stellenportalen inseriert.

Auffallend ist dabei, dass dieses Medium vergleichsweise selten exklusiv genutzt wird. Die häufigste Ausschreibungspraxis überhaupt ist die Kombination von Firmenseite und Stellenportal, gelegentlich mit einer zusätzlichen Ausschreibung in der Presse kombiniert. Der Stellenanteil, der auf die Printinserate entfällt, ist seit längerem rückläufig. Unterdessen sind dies noch 23% aller ausgeschrieben Stellen. Der Grossteil davon wird gleichzeitig auch auf einer Firmenseite und/oder einem Stellenportal ausgeschrieben. Noch rund 5% der Stellen erscheinen ausschliesslich in der Presse.

**ABBILDUNG 4: STELLENMARKTANTEILE DER AUSSCHREIBUNGSMEDIEN (2012/2013)**



Die Prozentwerte bezeichnen Anteile an allen ausgeschrieben Stellen. Wegen der Mehrfachausschreibungen addieren sich die Werte der drei Kanäle zu mehr als 100%.

# Medienwahl und Stellenprofil

Die einzelnen Ausschreibungsmedien werden aber nicht nur in ungleichem Mass genutzt, sondern die dort ausgeschriebenen Stellen unterscheiden sich auch qualitativ. Dies als Folge davon, dass personalsuchende Unternehmen die Medien für die Stellenausschreibung nicht zuletzt danach auswählen, welche Gruppe potentieller Bewerber angesprochen werden soll.

In Abbildung 5 werden diesbezügliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Medien genauer unter die Lupe genommen. Insgesamt entfallen fast ein Fünftel der Stellen auf Kaderpositionen, ein Viertel der Stellenangebote richten sich an Fachspezialisten mit einer Ausbildung auf Tertiärniveau, während für rund 42% aller Stellen eine berufliche Grundbildung vorausgesetzt wird.

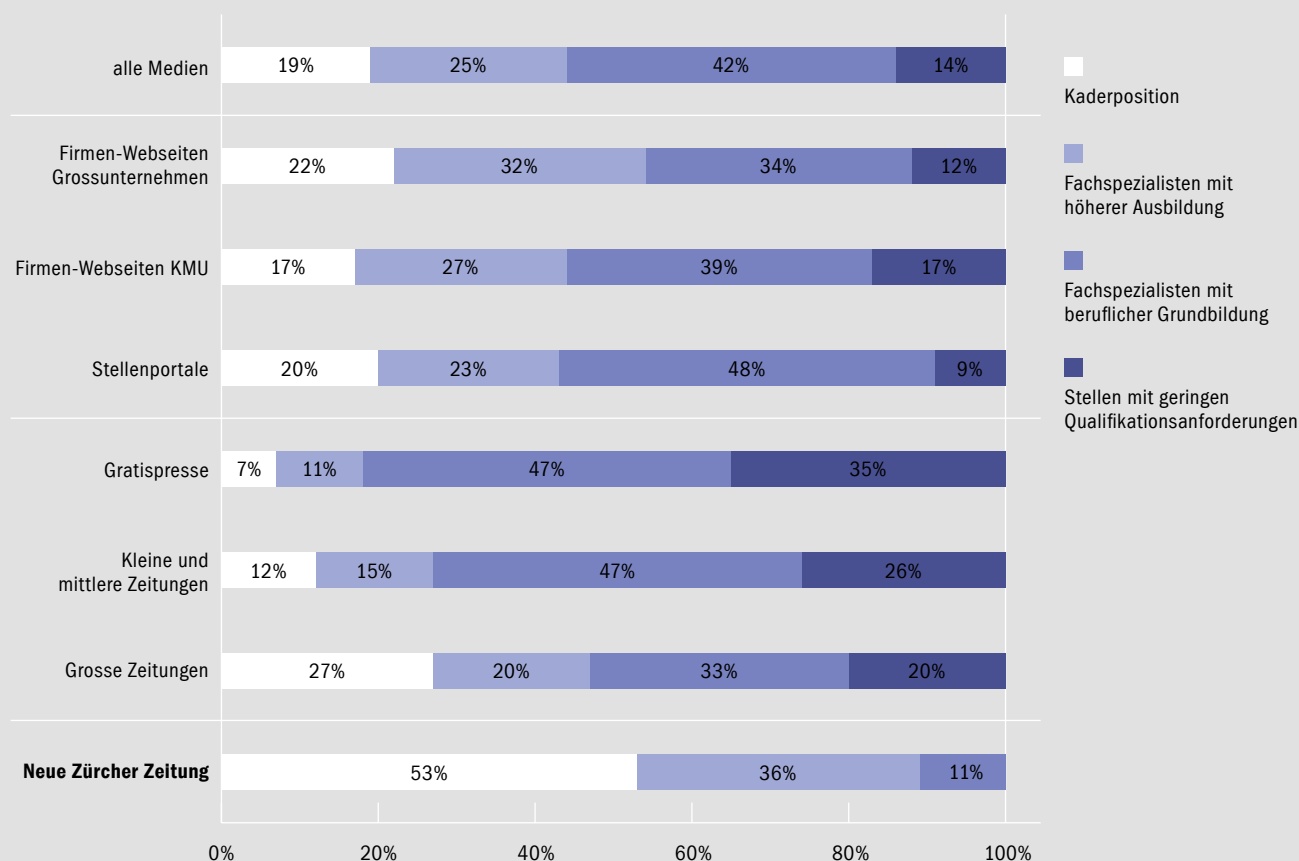
Beim Rest handelt es sich um Stellen, die auch Bewerbern mit tieferen Qualifikationen offen stehen. In den Onlinemedien sind die entsprechenden Unterschiede eher gering. Auffallend ist, dass auf den Webseiten von grösseren Firmen (mit mehr als 250 Mitarbeitenden) mehr anspruchsvolle Stellen angeboten werden als bei KMU-Betrieben. Der grössere Anteil Stellen für Geringqualifizierte in dieser Kategorie ist auch eine Folge der Branchenzusammensetzung, insbesondere sind Gastronomiebetriebe hier stark vertreten. Deutlich kleiner ist der Stellenanteil mit geringen Anforderungen demgegenüber in den Stellenportalen.

Geringqualifizierte, die eine Stelle suchen, werden eher in der Presse fündig, insbesondere in der Gratispresse oder einer kleineren

Zeitung. Hier werden überdurchschnittlich häufig Stellen mit tiefen Qualifikationsanforderungen angeboten. Bei den Gratistiteln machen diese sogar über einen Drittel aller Stellen aus. Zu den Inserenten gehören dabei natürlich auch Privathaushalte, die etwa eine Putzfrau oder eine Betreuungsperson für die Kinder suchen. Grössere Zeitungstitel (mit einer Auflage ab 75 000) haben demgegenüber einen deutlich grösseren Anteil Kaderstellen. Eine Sonderstellung nimmt die NZZ ein, deren Printstellenangebot sich fast ausschliesslich aus Kaderpositionen und ausbildungsmässig anspruchsvollen Stellen zusammensetzt.

7

**ABBILDUNG 5: ANTEILE VERSCHIEDENARTIGER STELLEN IM MEDIENVERGLEICH (2012/2013)**





- 8 Der Stellenmarkt-Monitor Schweiz am Soziologischen Institut der Universität Zürich (Lehrstuhl Prof. Dr. Marlis Buchmann) befasst sich mit der kontinuierlichen Beobachtung und Analyse des Stellenmarktes in der Presse und auf dem Internet. Ausführlichere Informationen dazu finden sich unter [www.stellenmarktmonitor.uzh.ch](http://www.stellenmarktmonitor.uzh.ch). Die Datengrundlage des Stellenmarkt-Monitors bilden vier Erhebungen, die jedes Jahr fortgeschrieben werden:
1. Die Presseerhebung erfasst seit 1950 jährlich in einer Stichwoche im März die in rund 70 Zeitungen und Anzeigern der Deutschschweiz ausgeschriebenen Stellen. Seit 2001 werden auch die Pressetitel in der Romandie und dem Tessin einbezogen.
  2. Die Erhebung des Stellenangebots auf Unternehmens-Webseiten erfasst eine repräsentative Auswahl von firmeneigenen Internetseiten. Sie beruht auf einer Stichprobe von rund 1500 Unternehmen aus der ganzen Schweiz und wird seit 2001 jeweils parallel zur Presseerhebung durchgeführt.
  3. Die Erhebung des Stellenangebots auf internetbasierten Stellenportalen berücksichtigt sämtliche Portale, die einen nennenswerten Anteil an ausgeschriebenen Stellen auf sich vereinen.
  4. Unter den 1500 Unternehmen, welche die Basis des Webseiten-Panels bilden, wird zusätzlich eine jährliche Firmenbefragung zur Nutzung unterschiedlicher Kanäle der Stellenausschreibung durchgeführt. Bei einem Rücklauf von rund 60% stützen sich die diesbezüglichen Auswertungen auf die Angaben von gut 900 Unternehmen und Organisationen pro Jahr. Diese Befragung liefert die Datenbasis für Abbildung 4.
- Die hier präsentierten Zahlen und Einschätzungen beruhen auf gesamtschweizerischen Erhebungen aller drei Ausschreibungskanäle, wobei Lehr- und Praktikumsstellen ausgeschlossen wurden. Die Stichprobe umfasst für die Jahre 2006-2009 rund 2000 Stellenangebote pro Jahr, ab 2010 ist der Stichprobenumfang doppelt so gross.
- Die Arbeitslosenquoten in Abbildung 1 sind die nicht saisonbereinigten Märzwerte für die ganze Schweiz gemäss dem Staatssekretariat für Wirtschaft SECO.

---

## NZZ Executive – der Kaderstellenmarkt in Print und Online

### NZZ Executive

Der Kaderstellenmarkt  
der «Neuen Zürcher Zeitung»  
und der «NZZ am Sonntag»

### NZZ Executive BusinessCombi

NZZ Executive, erweitert durch «Le Temps»

### NZZexecutive.ch

Der Online-Stellenmarkt der NZZ

---

## Kontakt

NZZ **m e d i a**

### Publicitas AG

#### NZZ Media

Seehofstrasse 16  
8021 Zürich  
Telefon 044 258 16 98  
[anzeigen@nzzmedia.ch](mailto:anzeigen@nzzmedia.ch)  
[www.nzzwerbung.ch](http://www.nzzwerbung.ch)

### Digitale Medien

Neue Zürcher Zeitung AG  
Werbemarkt NZZ-Netz  
Falkenstrasse 11  
8021 Zürich  
Telefon 044 258 16 66  
[netz@nzz.ch](mailto:netz@nzz.ch)